

DISCURSOS IDENTITÁRIOS E UNIÃO EUROPEIA: um estudo exploratório com jovens portugueses ¹

IDENTITY DISCOURSES AND EUROPEAN UNION: an exploratory study with Portuguese young people

Inês de Oliveira Castilho e Albuquerque Amaral ²

Ana Patrícia Soares da Silveira ³

Bruno Miguel Carriço dos Reis ⁴

Resumo: Nesta comunicação apresentamos resultados parciais de um estudo exploratório desenvolvido com estudantes universitários portugueses com o objetivo de identificar os seus discursos e o sentimento de pertença sobre a União Europeia. Aferimos uma ligação à identidade europeia essencialmente centrada nas questões geográfica e económica. Os resultados permitem inferir um desfasamento quanto à realidade do funcionamento da União Europeia e um sentimento de pertença a uma identidade nacional associada a hábitos e costumes. A participação cívica e política nas esferas nacional e europeia é muito reduzida.

Palavras-Chave: identidade europeia. construção identitária. representações mediáticas.

Introdução

A proposta desta comunicação insere-se na linha dos insipientes estudos que exploram as configurações de consciência histórica e identidade dos jovens europeus (ANGVIK & VON BORRIES, 1997; PAIS, 1999). Trinta e um anos volvidos da entrada de Portugal na Comunidade Económica Europeia importa percepcionar como os jovens portugueses, que foram socializados num contexto pró-europeísta, configuram no atual momento de eurocepticismo as suas percepções acerca da Europa como proposta política-social-económica.

Atendendo a que o contexto na União Europeia se vem transformando na última década com o eclodir de forças políticas que pugnam por um discurso que questiona o modelo do projeto europeu (e mesmo a sua implosão), na nossa perspectiva é importante averiguar que discursos identitários produzem os jovens portugueses, e em concreto os universitários,

¹ Trabalho apresentado à DTI DTI05 – Comunicação e Identidades Culturais do XV Congresso IBERCOM,

² Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho) e Instituto Superior Miguel Torga, Doutorada, inesamaral@gmail.com.

³ Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho), IADE – Universidade Europeia e Universidade Católica Portuguesa, Doutorada, ana.silveira@universidadeeuropeia.pt..

⁴ Universidade Autónoma de Lisboa, Doutorado, reysbr@gmail.com.

donde hipoteticamente equacionamos encontrar narrativas mais reflexivas acerca da matéria em estudo. Neste sentido, neste trabalho exploratório procuramos compreender se os jovens portugueses assumem uma identidade europeia e averiguar o papel que os *mass media* ocupam, como potenciais instrumentos promotores de debate público, na formação de uma possível consciência histórica europeia.

Representações Sociais, Media e Construção de Identidade

As narrativas societárias decorrem de construções sociais partilhadas que validam os discursos sociais. As representações sociais são resultado de construção social partilhada que se estabelece a partir do processo de socialização. Daqui decorre que as representações sociais de cada indivíduo são resultado de “modos de agir e a representações que são exteriores ao indivíduo” (DANIEL, ANTUNES & AMARAL, 2015, p. 291).

O processo de identidade coletiva emerge das representações simbólicas que são partilhadas por um determinado grupo (DURKHEIM, 1964) no contexto de um universo social específico. É neste sentido que Moscovici (1961) postulou que as representações sociais são uma conceituação formal da perspetiva do indivíduo sobre o “outro”. A perspetiva do autor é a de que “processos por meio dos quais os indivíduos, em interação social, constroem teorias sobre os objetos sociais, que tornam viáveis a comunicação e a organização dos comportamentos” (DANIEL, CAETANO, MONTEIRO & AMARAL, 2016, p. 354).

Na mesma linha de raciocínio, Jodelet (1986) defende que as representações sociais assumem formas práticas de conhecer o mundo e comunicar, assumindo-se como construções sociais criadas pelos indivíduos “a propósito de objetos socialmente valorizados” (DANIEL, CAETANO, MONTEIRO & AMARAL, 2016, p. 354).

Vala e Monteiro (2000) sustentam que o processo de construção de representações sociais está ancorado ao determinismo do contexto em que os indivíduos se encontram, sendo através das relações sociais e da comunicação que se o saber prático e coletivo se operacionaliza. Neste sentido, “o processo de construção das representações sociais é social porque acontece num contexto social determinado e determinante, composto de ideologias, valores e sistemas de categorização social partilhados” (DANIEL, CAETANO, MONTEIRO & AMARAL, 2016, p. 354). É neste sentido que as representações sociais são “uma realidade social independente dos indivíduos” (VALA & CASTRO, 2013, p. 581),

Indagar acerca do papel dos media como agentes de socialização histórica e identitária é uma questão pouco estudada e de enorme relevância, pois as representações mediáticas são fortemente conformadoras dos conhecimentos históricos juvenis (CARRIÇO REIS, 2012; 2015).

Um importante estudo comparativo entre jovens europeus (PAIS, 1999) concluiu que estes constroem o seu conhecimento sobre o passado dando primazia aos relatos de natureza ficcional, relegando a socialização formal (escola e família) para um segundo plano de apreensão da realidade. O peso da ficção histórica parece assumir um lugar de destaque na reconstrução históricas; “para alguns, a única memória viva do Watergate foi o filme sobre os acontecimentos” (LANG & LANG, 1989, p. 130). O nosso estudo vai no sentido de aferirmos os discursos dos jovens produzidos acerca da questão europeia na relação direta com os mecanismos conformadores dessas representações/percepções europeias. Daqui decorre um particular enfoque nos agentes de socialização mediática e na sua contribuição para a construção identitária.

A nossa abordagem conceptual discute que o conceito de identidade (BAUMAN, 2005) numa relação estreita com a concepção de uma consciência histórica juvenil nas possíveis configurações identitárias nacionais, europeias e globais (PAIS, 1999). A análise de dinâmicas identitárias implica a análise de “diversas pertenças grupais” (CABECINHAS, 2006, p. 3). Neste sentido, “a memória é conceptualizada, não como algo meramente individual, mas como um processo social, que depende das pertenças e redes sociais dos indivíduos” (CABECINHAS, 2006, p. 5). Interessa, por isso, indagar os mecanismos da construção do sentido identitário averiguando que elementos socializantes pontificam neste procedimento.

Equacionamos que as experiências diretas, ou seja, discursos de entornos próximos que vivenciaram os processos de construção europeia (MARGALIT, 2002), e as experiências indiretas, relatos mediados pelos meios de comunicação de massas ou por agentes de socialização formais/informais (STURKEN, 2008), podem ter contribuído para que estes jovens tenham configurado um determinado discurso acerca da Europa.

As experiências mediadas pelos media traduzem-se em representações sociais da realidade, que posteriormente são validadas pela sociedade e se assumem como construção social partilhada para identificar e categorizar a vida quotidiana. Nesta linha de pensamento, Conde (1990, p. 675) considera que existe uma “identidade geracional, forjada na partilha colectiva

de valores e representações que, necessariamente, se sobrepõem à diversidade social dos vários perfis juvenis”. A autora defende que identidade

não poderá significar unidade, mas deve constituir um conceito que recobre uma manifesta convergência dos jovens, polarizada em torno de dimensões e domínios que consideram nucleares na sua vida. Isto não implica, porém, uma contínua e permanente homogeneidade noutras esferas, onde, de resto, se podem verificar notáveis divergências nos diversos grupos juvenis. É por esta razão que a análise da identidade juvenil deve procurar captar o conjunto de significativas expressões identitárias, reportando-se a domínios nos quais existe uma generalizada adesão dos jovens (CONDE, 1990, p. 676).

As identidades ditas “híbridas” surgem num contexto em que o digital opera e desloca a construção identitária para além fronteiras. A “hibridez” ocorre numa “modernidade líquida” (BAUMAN, 2005). Cabecinhas sublinha que

Num mundo em acelerado processo de globalização, em que as pressões para a “massificação cultural” são constantes, cada grupo (nacional, regional, linguístico, etc.) ao mesmo tempo que absorve e transforma as ideias circulantes nos meios de comunicação “globais”, tenta preservar o que considera ser a sua identidade cultural própria, valorizando as suas tradições, usos e costumes, e definindo o seu “lugar singular” no mundo (CABECINHAS, 2006, p. 2).

Na mesma linha de pensamento, referindo-se às experiências indiretas, Carriço Reis argumenta que

o relato jornalístico, como enunciador do presente, opera simultaneamente sobre o passado quando existem vínculos socio-históricos pré-existentes, podendo este discurso ter a capacidade de articular uma “nova memória” (Hoskins, 2001) (CARRIÇO REIS, 2017, p. 90).

É a partir desta ideia de que os media influenciam diretamente, através de experiências indiretas, a validação de discursos e a construção de memórias que esta comunicação questiona se os jovens portugueses reconhecem a identidade europeia como sua.

Metodologia

A abordagem metodológica desta investigação é qualitativa e foi operacionalizada através da realização de quatro grupos de foco (GF) desenvolvidos com 26 jovens universitários (13 rapazes e 13 raparigas) com idades compreendidas entre os 19 e os 37 anos, a residir nas zonas de Coimbra e de Lisboa. A estratégia metodológica centrou-se em questões orientadoras para os quatro grupos de foco, mobilizando a discussão e a identificação de discursos identitários e narrativas sobre a União Europeia. Para um enquadramento do contexto dos participantes no que concerne aos seus consumos mediáticos, participação cívica e percepção do “outro”, recorremos ainda à implementação de um questionário individual.

Os objetivos centrais deste trabalho são: i). identificar e descrever qual a noção de identidade europeia que os jovens portugueses têm; ii). conhecer os conhecimentos que os jovens portugueses têm da União Europeia enquanto instituição; iii). verificar o tipo de identificação dos jovens portugueses com valores europeus; iv). analisar o tipo de envolvimento dos jovens portugueses com assuntos das esferas nacional e europeia; v). identificar o tipo de envolvimento cívico e/ou político dos jovens portugueses com assuntos das esferas local, nacional e europeia.

As temáticas orientadoras dos grupos de foco foram as seguintes: i). identidade europeia; ii). identificação com valores europeus; iii). relacionamento que os jovens portugueses assumem com o “outro”, sendo o “outro” um cidadão europeu; iv). tipo de envolvimento cívico e/ou político dos jovens portugueses com assuntos das esferas local, nacional e europeia.

Resultados

A conceptualização de uma comunidade surge como a ideia central de uma possível definição de identidade europeia em todos os grupos de foco. No entanto, os hábitos e costumes são referidos por todos os intervenientes quando lhes é solicitado que distingam identidade portuguesa de identidade europeia. A lógica da geografia e de uma comunidade de interajuda económica surgem de imediato como referenciais. A título de exemplo, veja-se um excerto do GF3.

Moderador/a – Vocês identificam-se como portugueses ou como europeus?

F1 (GF3) – Eu não me sinto tão europeia. Sinto-me mais portuguesa.

F2 (GF3) – Como europeu.

Moderador/a – Porquê?

F2 (GF3) – Porque o meu país faz parte da União Europeia e porque o nosso país não seria o mesmo se não estivéssemos na UE.

Moderador/a – Em que sentido?

F2 (GF3) – No sentido de desenvolvimento económico. Pensando no que aconteceu mais recentemente, de todos os cortes que tivemos. Não teriam acontecido se não estivéssemos sob o domínio da UE. O facto de o país ter ficado à tona e não se ter afundado também se deve à UE. Dessa forma, acho que é um pouco de egoísmo intitular-me apenas como portuguesa e não como europeia.

(...)

Moderador/a – O que é que entendem por identidade europeia?

F1 (GF3) – É fazer parte de uma comunidade, é poder transitar livremente entre países, ter cooperação entre os países. Para mim, ser europeia é estar dentro de uma comunidade e sentir que lutamos todos pelo mesmo objetivo e nos entreeajudamos.

Moderador/a – E qual é a diferença entre isso e a identidade portuguesa?

M1 (GF3) – Eu acho que a identidade portuguesa apela mais aos nossos costumes e à nossa tradição.

Moderador/a – É aquilo que nos caracteriza enquanto portugueses?

TODOS/AS – Sim.

F2 (GF3) – – Sim, os traços culturais.

Moderador/a – E há alguma ligação entre essa identidade portuguesa e a identidade europeia?

M1 (GF3) – A identidade portuguesa chega a ser tão única que não transborda logo para a identidade europeia.

M2 (GF3) – É mais específico. É a tal questão da portugalidade, das coisas que nos caracterizam. Por exemplo, o Galo de Barcelos é uma coisa muito nossa.

M1 (GF3) – A gastronomia portuguesa também caracteriza muito o país.

F1 (GF3) – E em termos geográficos. Muitas vezes não nos sentimos tão europeus porque estamos na ponta e há aquele centralismo...

Os resultados parciais deste estudo permitem ainda aferir um desconhecimento da realidade europeia, nomeadamente no que concerne aos Estados-membros e ao nível das instituições que compõem a União Europeia. Em nenhum grupo foi possível aos estudantes explicarem o mecanismo de funcionamento da União Europeia e as diferentes entidades que a compõem,

como são eleitos os representantes dos países membros para o Parlamento Europeu, nem tão pouco elencar os 27 Estados-membros da União Europeia.

Os discursos dos jovens identificam o cidadão europeu como um estrangeiro “diferente” porquanto é “imigrante”, considerando-se que a União Europeia significa a abolição de fronteiras o que não atenua diferenças culturais.

Países como a Alemanha e a França são definidos como dominantes e a justificação reside na forma como os media apresentam a sua importância económica e política, em detrimento de outros. A narrativa contrária é aplicada a Portugal, interpretado como um país pobre e sem oportunidades para os jovens.

Verifica-se ainda um desfasamento entre a narrativa da identidade europeia defendida por parte dos jovens e a realidade do seu real envolvimento cívico. O desinteresse político evidenciado nos quatro grupos de foco é apontado como uma consequência da própria política, sendo evidente uma polarização de perspectivas históricas que coincidem, no entanto, com uma tendência comum: os cidadãos não têm poder para interferir nas políticas europeias.

Referências

- ANGVIK, Magne; VON BORRIES, Bodo (ed.). **Youth and history: A comparative European survey on historical consciousness and political attitudes among adolescents**. Korber-Stiftung, 1997.
- BAUMAN, Zygmunt. **Identidad**. Madrid: Losada, 2005.
- CABECINHAS, Rosa. **Identidade e memória social: estudos comparativos em Portugal e em Timor-Leste**. 2006.
- CARRIÇO REIS, Bruno. **Cuéntame como pasó: de la ficción a las realidades**. Los discursos tipificados de las memorias colectivas españolas. Ficcioneando. Series de televisión a la española, 2012, 293-322.
- CARRIÇO REIS, Bruno. **Memórias em segunda mão; lembranças juvenis de um salazarismo ficcionado**. Em A. Barbalho e L. Marôpo (Orgs.). *Infância, Juventude e Mídia: olhares luso-brasileiros*. Fortaleza: Publicações da Universidade Federal do Ceará, 2015.
- CONDE, Idalina. Identidade nacional e social dos jovens. **Análise Social**, 1990, 675-693.
- DANIEL, Fernanda; ANTUNES, Anna; AMARAL, Inês. Representações sociais da velhice. **Análise Psicológica**, 2015, 33.3: 291-301.
- DANIEL, Fernanda; CAETANO, Elsa; MONTEIRO, Rosa; AMARAL, Inês. Representações sociais do envelhecimento ativo num olhar genderizado. **Análise Psicológica**, 2016, 34.4: 353-364.
- DURKHEIM, Emile. **The rules of sociological method**. 1964.
- JODELET, D. **La representación social: fenómenos, concepto y teoría**. Psicología Social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales. 1986.
- LANG, Kurt & LANG, Gladys Engel. Collective memory and the news. **Communication**, Nº 11, 1989, pp. 123-139.
- MARGALIT, Avishai. **Ética del recuerdo: lecciones Max Horkheimer**. Herder, 2002.
- MOSCOVICI, Serge (1961). **La psychanalyse, son image et son public: Étude sur la représentation sociale de la psychanalyse**. Paris: Presses Universitaires de France.
- PAIS, José Machado. **Consciência histórica e identidade: os jovens portugueses num contexto europeu**. 1999.

- REIS, Bruno Carriço. As representações mediáticas do (pós) colonialismo português na imprensa popular. **JANUS 2017-A comunicação mundializada**, 2017, 18: 90-91.
- STURKEN, Marita. Memory, consumerism and media: Reflections on the emergence of the field. **Memory Studies**, 2008, 1.1: 73-78.
- VALA, Jorge; CASTRO, Paula. **Pensamento social e representações sociais**. Psicologia social, 2013, 569-602.
- VALA, Jorge; MONTEIRO, Maria Benedicta. **Psicologia social**. Fundação Calouste Gulbenkian, 2013.